

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学 号: 25520091151840

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

改革开放以来的中国对外宣传:

理念、实践与挑战

China's External Publicity since Reform and Opening Policy:

Guidelines, Practice and Challenges

李 静

指导教师姓名: 施 雪 琴 教 授

专 业 名 称: 国 际 关 系

论文提交日期: 2012 年 4 月

论文答辩时间: 2012 年 6 月

学位授予日期: 2012 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2012 年 6 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

摘 要

对外宣传是宣扬民族意志，展现国家形象，延伸政府外交，维护国家利益，争取国际认同，建构与阐释政权合法性的重要手段。本文以“改革开放以来的中国对外宣传：理念、实践与挑战”为主题，通过追溯国家级新闻传媒机构开展对外宣传活动的理念和实践的历史变迁，从而就如何切实有效地为中国的发展创造良好的外部舆论环境和建构国际认同这一核心问题进行一定的思考和探讨。

改革开放以来，历经 1978 至 1989（让世界了解中国）、1989 至 1997（融冰、搭桥与突围）、1998 至今（向世界说明中国）三个发展阶段，中国的外宣观念正从传统的“宣传”转变为“公关”，工作方法与态度更为软性、复杂细致，也更符合世界潮流。我国对外宣传格局也逐渐从“单一媒体为重”发展到“多媒体并重”的态势，形成了由通讯社、报纸、杂志、广播电台、电视台、互联网等媒介形态为架构的统一领导、功能齐全、布局合理、内外并重的全方位的对外传播大格局。其始终坚持着“以受众为中心”的传播理念、多媒体齐头并进的战略格局，以及维护国家利益、塑造国家良好形象的奋斗宗旨。未来，中国外宣工作应进一步转变思维，加强对全人类普世价值的关注、阐发，着力构建一套中国自己的外宣理论体系，以此破解外宣难题，获得长远发展。

关键词：对外宣传；改革开放；中国

Abstract

External publicity is an important means of advocating national will, embodying national image, extending government's foreign policy, safeguarding the state interests, obtaining international identity, building and interpreting political legitimacy. The theme of the thesis is "China's External Publicity since Reform and Opening Policy: Guidelines, Practice and Challenges". Through reviewing the evolution of nation-level media's external publicity activities, we could promote the exploration on the contemporary China's external publicity problems.

China's external publicity has gone through three phases since Reform and Opening Policy, namely 1978—1989 (Let the world know China), 1989—1997 (Ice-melting, bridging and sally), 1998 to the present (Explain China to the world). The guidelines are transforming from traditional "propaganda" to "public relations" and becoming more flexible, complex and in line with the trend of the world. Besides, the pattern also becomes from single-media-centered to focusing on multimedia. It finally forms a kind of unified-leading, proper-allocated and all-around pattern including news-agencies, newspapers, magazines, radios, television stations and the internet.

After experiencing thirty-year trials, China's external publicity always adheres to the characteristics of audience-centered guidelines, multi-media strategic structure and gist of defending national interests and building well-deserved image. To achieve further development in the future, we should make more effort at transforming way of thinking, applying international accepted language system, and constructing China's own external publicity theoretical system.

Key Words: External Publicity; Reform and Opening Policy; China

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录

绪 论	1
第一节 选题依据和意义	1
第二节 研究现状评述	3
第三节 研究问题、内容和方法	12
第一章 传播学和国际关系学视野中的对外宣传	15
第一节 对外宣传及相关传播学概念辨析	15
第二节 对外宣传与国际关系的必然结合	19
第二章 改革开放以来外宣指导思想的演变	25
第一节 中国对外宣传的“外环境”分析	26
第二节 中国对外宣传的“内环境”分析	29
第三节 从对外宣传到全球传播	35
第三章 改革开放以来外宣格局的演进	43
第一节 全方位的对外宣传格局	43
第二节 后奥运时代的中国外宣	56
结 语	70
参考文献	78
附 录	85
致 谢	86

Contents

Introduction	1
Section 1 Background and Significance of Selecting the Subject	1
Section 2 Review of Research	3
Section 3 Research Contents and Methods	12
Chapter 1 External Publicity In The Vision Of Communication And International Relations.....	15
Section 1 Analysis of External Publicity and Other Communication Concepts	15
Section 2 The Destined Combination of External Publicity and International Relations.....	19
Chapter 2 The Evolution Of Guidelines Of External Publicity Since Reform And Opening Policy	25
Section 1 International Background of China's External Publicity.....	26
Section 2 Domestic Background of China's External Publicity	29
Section 3 From Propaganda to Global Communication	35
Chapter 3 The Evolution Of Patterns Of External Publicity Since Reform And Opening Policy	43
Section 1 Comprehensive Patterns of External Publicity.....	43
Section 2 China's External Publicity after the Beijing Olympic Games.....	56
Conclusions.....	70
Bibliography	78
Appendix.....	85
Acknowledgement.....	86

厦门大学博硕士论文摘要库

绪论

第一节 选题依据和意义

对外宣传，简称“外宣”，是一种中国人耳熟能详的实践活动和一个具有特殊本土意义的概念。作为中国执政党——中国共产党建构与阐释其意识形态合法性的一个极其重要的途径和领域，外宣是中国官方对其他国家和地区开展的信息传播交流或思想信仰的阐释说服活动。《宣传舆论学大辞典》曾给“对外宣传”做出如下定义：“对外宣传即面向国际社会的宣传。包括向外国宣传本国的方针政策、国内情况和本国对国际问题的立场。对外宣传是外交活动的有力补充，有助于扩大本国的影响，争取更多的国际朋友。”^①原中央对外宣传领导小组办公室主任曾建徽回顾自己数十年从事外宣工作的人生经历时，曾就对外宣传的本质做出如下总结：“外宣就是整体外交的一部分。外宣有种独特作用，就是舆论先导的作用。外交工作也有外宣，但是外宣又要服务于外交。”^②从上述理论和实践的概括中我们不难发现，尽管外宣与外交在定义上存在明显的界限，然而在实践中，它们却恰似一对你中有我、我中有你的孪生兄弟，在新中国同一历史时期或同一历史事件当中彼此交织、相互影响，乃至相辅相成地一起承担着优化国家建设的国际环境、塑造和传播良好的国家形象、维护国家利益的重要使命，共同服务于提升中国国际地位、建构国际社会对中国身份认同的长期战略。

往事越千年，无论是穿越荒漠的张骞、跋山涉水的玄奘、扬帆万里的郑和，还是瑞金、延安时期红中社生生不息的电波呼号、震动中外舆论的《红星照耀中国》，抑或是二战时美军源源不断空投到敌军控制范围的收音机……我们不难认识到，无论古今中外，对外宣传总是呼应于一国在特定时期的国家战略目标。对于新中国而言，从1949年建国时一穷二白三没朋友的国际边缘，经过一个甲子

^① 刘建明. 宣传舆论学大辞典[M]. 北京: 经济日报出版社, 1993: 54.

^② 申宏磊, 崔斌箴. 曾建徽: 聆听历史的回声[J]. 对外大传播, 2006(8): 10-14.

的岁月轮转而逐渐走近世界舞台的中央，对外宣传堪称功不可没。对外宣传不仅关乎中国 60 多年的时势变迁，不仅与中国自身的发展休戚相关，更由于其沟通中外的独特作用，六十年来深刻影响着国际格局的分合变幻，并不断改变着中国在世界舞台上的国际地位与身份认同。

回溯一个多世纪的历史，特别是新中国成立以来可歌可泣的 60 年奋斗史，对两个“我是谁”的探索从根本上决定着中国发展的走向和外宣工作前进的方向。向内看，面对外界变局与自身困境，中华民族必须在融合外物与变革自身的同时，不断思考“我是谁”的问题，从而为古老民族在现代世界中找到新的自我定位；向外看，随着与外部世界的碰撞、交流、融合不断向深入发展，中华民族还必须向外界阐释“我是谁”的问题，从而努力寻求国际社会对于中国发展的了解与认同。第一个“我是谁”是中国媒体围绕本国意志塑造出的国家形象，体现了中国的自我历史定位与评价；而第二个“我是谁”，更多地是中国基于他国出于自我意识形态或根据中国媒体自塑的国家形象进行的反馈后对自身做出的反思建构出的国家形象。经过多层次、多环节、循环往复的信息输出、输入，二者必然存在差距，甚至大相径庭的状况。纵观新中国六十年外宣史，外宣工作始终努力的根本在于，把握好第一个“我是谁”、塑造和传播好第二个“我是谁”，力争在国力足够强大、本国媒体的声音足以与国际媒体声音相抗衡，二者接近“和谐”时，最终引导他塑的“我是谁”接近中国国家本体。

然而，数十年艰苦卓绝的外宣实践，国际社会在诸如人权、经贸、能源、台湾、西藏等一系列关乎中国根本国家利益的核心问题上的挑衅，此消彼长的“中国崩溃论”、“中国威胁论”、“中国霸权崛起”、“中国责任论”等论调的“棒杀”、“捧杀”无不证明，在当今世界正处于大发展大变革大调整，世界多极化、经济全球化仍在深入发展，科技进步日新月异，国际金融危机影响深远，世界经济格局发生新变化，国际力量对比出现新态势，全球范围内思想文化交流交融交锋呈现很多新特点的世情下，中国的快速发展，深刻地牵动着世界利益格局和国际关系的变化；加之中国国内各领域发生着的深刻变革，利益取向日益多元，各种矛

盾问题多发易发，中国文化软实力的发展还不足以适应新时期外交、经济、文化等各领域对外交往需求的国情，无不昭示着在新时期加强和改进对外宣传工作，充分展示党和国家的形象，面临着很多新情况、新问题。新时期的外宣工作，其艰巨性、复杂性可见一斑。

但是，也正因世界经济全球化、一体化发展趋势的加速，世界性问题层出不穷状况的呈现，才促使中国和世界各国愈加紧密地联系在一起。中国需要了解世界，世界也需要更快、更准、更全面地认识中国，这就为我们开展对外宣传工作提供了难得的历史机遇。胡锦涛总书记在庆祝中国共产党成立 90 周年大会上的讲话中明确指出：“发展社会主义先进文化，要着眼于推动中华文化走向世界，形成与我国国际地位相对称的文化软实力，提高中华文化国际影响力”。因此，站在“十二五”这一新的历史起点上，回顾改革开放以来中国外宣工作的历史，总结汲取其间的经验教训、成败得失，重点分析外宣工作指导思想、政策原则、组织机制等因素的沿革，探讨三十余年外宣工作形成的格局模式，着重展开对新媒体环境下的对外传播、网络外交、政治营销等外宣新形式以更有效地解释好中国模式，站在中国的立场用自己的话语解释好“我是谁”这个问题，对外塑造、传播好中国的国家形象，逐步形成同我国国际地位相适应的对外宣传舆论力量，为全面建设小康社会营造良好的国际舆论环境等关键点的思考，这一系统的探索过程或可使笔者长久以来对“破解中国外宣难题”这一命题的疑问及思考取得阶段性的答案。

第二节 研究现状评述

一、国内研究状况

中国对外传播从 19 世纪末开始长期酝酿，到抗日战争期间的起步，1949 至 1966 年间的全面开展，1966 至 1976 年间的徘徊，再到改革开放以来的迅速发展，已经走过了 100 多年的历程。^① 新中国成立之初，我国的对外宣传工作具有浓厚

^① 以上观点请参见甘险峰《中国对外新闻传播史》目录部分，福建人民出版社 2004 年版。

的政治气息，主要是针对外国反华势力和思潮的政治宣传，学术研究方面少有发展。对外宣传研究在党的十一届三中全会以前几乎是停滞的，直到上世纪 80 年代末，相关研究才在之前政治研究的基础上，开始和新闻传播学的研究结合起来，并联系外宣工作实践进行了多视角的学术探索。20 世纪 90 年代中后期，我国开始构建大外宣格局。一些新闻传播界的专家学者和外宣从业人员结合我国实际，对实施外宣工作的方法、手段和基础理论进行了初步探索，取得了一定的研究成果，推动了我国外宣事业的发展。进入新世纪以来，随着新的传播技术手段的勃兴及其对社会各方面日益产生强大的影响力，广大专家学者、业界人士纷纷开始关注新的传媒环境下的对外宣传问题。目前学界已经出版了一批重要的研究成果，业界和学界联合举办的专题会议也日渐增多。对外宣传、对外传播研究正成长为新闻传播学的一个重要研究方向，并逐渐成为融合政治学、历史学、社会学、国际关系学、心理学等学科的新兴交叉研究领域，是一处值得深入挖掘的学术宝藏。

针对本研究课题，经过大量搜集、阅读文献，以及通过清华CNKI数据库（1979—2012）进行精确检索发现，该课题研究成果主要集中于“对外宣传”、“对外传播”、“国际传播”、“对外报道”这 4 个关键词涵盖的范围，且前三者的使用量较大。“对外宣传”在各时段的采用率都最高，总量将近相对使用率最低的“对外报道”一词的 6 倍。这可能与我国新闻传媒兼具意识形态、信息传播与经济实体的多重属性有关，其具体查询结果如下：

1、相关研究文献近 8000 篇，绝大多数发表于 2001—2012 这一时间区段，充分说明该阶段我国外宣研究领域的热度，同时也间接佐证了我国政府对外宣工作日益提高的重视程度以及意识到改善中国国际形象的迫切性。它们涉及外宣工作的各个方面，但主要集中于以下几个领域：从期刊方面来看，一是对外宣具体类型的个案分析，如魏超《中国军队的对外宣传与战略传播》^①、朱玉尊《从境外媒体报道导向看广州亚运对外宣传对策》^②，另一方面是对口部门的领导同志发表的指导讲话或业界一线工作者关于政府外宣工作的总结性文章，以工作报告

^① 魏超. 中国军队的对外宣传与战略传播[J]. 对外传播, 2011(8).

^② 朱玉尊, 肖桂来. 从境外媒体报道导向看广州亚运对外宣传对策[J]. 新闻爱好者, 2010(12).

为主，如二连市委宣传部《全方位地搞好对外宣传》^①；从硕博士论文来看，主要有两类：一是从新闻传播学的角度对报刊、广播、电视、网络、通讯社等媒体或传媒机构的对外宣传实践的个案研究，特别集中于文本及其翻译研究方面，如南京师范大学李敬梅的《对外宣传材料汉译英中语用负迁移现象的研究》（2008）、苏州大学赵桂栋的《中国日报对外传播的新闻选择研究》（2010），二是对我国对外宣传的整体宏观研究，如大连理工大学王旭的《中国对外宣传的传播学思考》（2006）、华中师范大学邱士兵的《当前我国对外宣传中存在的问题及对策研究》（2006年）、华中师范大学刘蕾的《新形势下对外宣传研究》（2006）、西南政法大学刘海燕的《对外宣传与传播策略研究》（2007）、复旦大学邱凌的《软实力背景下的中国国际传播战略研究》（2009）、武汉大学钟馨的《1976——2001年中国对外传播史研究》（2010）等。虽然由于篇幅、字数等的限制，上述论文对我国对外宣传的理论及宏观研究还存在一定的深化空间，但它们毕竟从各个角度为研究我国的对外宣传提供了丰富的思路和可资借鉴的系统化的材料。

总体而言，囿于期刊这种文本形式，其上刊登的文献多是微观个案研究，系统梳理外宣理论、思想、历史的篇章较少、篇幅有限、论述面广而不够深入，借鉴多学科视角进行交叉研究的屈指可数。

表 1：清华CNKI数据库外宣研究相关文献检索情况

单位：篇

关键词 文献来源	对外宣传	对外传播	国际传播	对外报道
中国期刊全文数据库	3552	1343	1365	568
中国期刊全文数据库（世纪期刊）	255	9	24	56
中国优秀硕士学位论文全文数据库	177	194	178	42
中国博士学位论文全文数据库	10	13	19	4
1979-1990	278	10	38	58
1991-2000	1274	77	95	179
2001-2012	2442	1472	1453	433
总计	3994	1559	1586	670

资料来源：笔者根据清华CNKI数据库（1979-2012）检索结果整理制作。

^① 二连市委宣传部，全方位地搞好对外宣传[J]，内蒙古宣传，1992(18)。

2、研究论著方面。公认的我国对外传播研究的第一本学术性专著为我国对外传播学奠基人段连城先生的《对外传播学初探》（1988）^①，该书最早系统地研究探讨了对外传播理论，其中颇见功力的是勾勒中国国家形象演变中的九个形象的两章。此后，大多数专家学者开始从对外传播、国际传播、对外报道业务角度展开研究，取得了丰硕的成果。如著名对外传播与翻译专家沈苏儒先生所撰写的一系列著作《对外报道业务基础》（1990）、《对外传播学概要》（1999）、《对外传播的理论与实践》（2004）等，都更加明确了对外传播学作为传播学一个分支学科的地位。其他比较重要的著作还有《漫谈对外对台宣传》（李超尘，1989）、《对外宣传工作论文集》（中央对外宣传办公室研究室，1998）、《对外报道成功之路探索》（孙殿伟，1994）、《怎样做对外宣传报道》（刘洪潮，2005）等。

较早从历史的角度系统探讨对外传播的是甘险峰的《中国对外新闻传播史》（2004），书中较为条理地介绍了百余年中国对外新闻传播事业的历史沿革。而近年出版的陈日浓的《中国对外传播史略》（2010），从中国古代丝绸之路开展的对外传播活动写起，直至新世纪网络媒体的勃兴，全面翔实地梳理了数千年波澜壮阔的中国对外传播历史，可谓眼下最新、资料最丰富的对外传播史专著。此外，一些涉及具体对外宣传媒介的对外传播专门史论著有《中国国际广播大事记》（胡耀亭，1996）、《中国广播电视通史》（赵玉明，2004），中国外文出版发行事业局（中国外文局）1999年汇编的《书刊对外宣传的理论与实践》、《中国外文局五十年大事记：1949-1999》，新华社建社70周年时出版的《历史的足迹》等丛书，从更微观的角度拓展了该领域的相关研究。

进入21世纪后，研究者的视角更加国际化，更多地注重从跨学科以及国际传播与国家形象建构、文化外宣、提升国家软实力、拓展公共外交的角度探讨对外宣传报道与对外传播问题。其中比较重要的有：《国际传播与国家形象——国际关系的新视角》（刘继南等著，2002）、《当代对外传播》（郭可，2003）、《国家

^① 该书有2个版本：初版是《对外传播学初探（汉英合编本）》，中国建设出版社1988年版；第二版是《对外传播学初探（增订版）》，五洲传播出版社2004年版。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库